

Наукова новизна отриманих результатів полягає у комплексній розробці науково-теоретичного обґрунтування та практичних підходів до формування організаційно-економічного механізму управління підприємствами у ринкових умовах.

Отримані результати можуть бути теоретичним підґрунтям для подальшої розробки методики оцінювання організаційно-економічного механізму ефективного управління підприємством з метою досягнення його стійкого розвитку.

Список використаних джерел

1. Волков О. И. Экономика предприятия : курс лекций / О.И. Волков, В.К. Скляренко. – М. : ИНФРА-М, 2003. – 280 с.
2. Грещак М.Г. Внутрішній економічний механізм підприємства : навч. посіб. / М.Г. Грещак, О.М. Гребешкова, О.С. Коцюба; за ред. М.Г. Грещака. – К. : КНЕУ, 2001. – 228 с.
3. Денисенко М.П. Економіка підприємства: пошук шляхів розвитку : посіб. / М.П. Денисенко. – К. : МА-УП, 2002. – 80 с.

4. Добикіна О.К. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посіб. / О.К. Добикіна [та ін.]. – К. : Центр навч. л-ри, 2007. – 208 с.

5. Жданов С.А. Механизмы экономического управления предприятием : учеб. пособие / С.А. Жданов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 319 с.

6. Кульман А.А. Экономические механизмы: [Пер. с франц.] / А.А. Кульман – Под общ ред Н.И. Хрусталевой. – М. : Прогресс; Универс, 2009.

7. Малицький А.А. Організаційно-економічний механізм управління підприємством: сутність та структура [Електронний ресурс] / А.А. Малицький // Рубрика: Соціум. Наука. Культура. Економіка. – Режим доступу: <http://intkonf.org>

8. Мельник Л. Г. Экономика предприятия : учеб. пособие / под общ. ред. Л. Г. Мельника. – Сумы : Университетская книга, 2002. – 632 с.

9. Русинов Ф.М., Федоров В.А. Об одном подходе к определению эффективности управления производством / Ф.М. Русинов, В.А. Федоров. – М. : МИУ, 2008.

10. Садеков А.А. Управление предприятием в условиях кризиса : моногр. / А.А. Садеков, В. В. Цурик. – Донецк : ДонГУЭТ, 2006. – 178 с.

УДК 338.242

О.В. МЕЛЬНИКОВ,

к. т. н., докторант НДФІ ДННУ «Академія фінансового управління»

Функціональна модель виготовлення та поширення інформаційної продукції

Розроблена комплексна функціональна модель процесу виготовлення та поширення інформаційної продукції, що має допомогти підвищити ефективність цього процесу завдяки більш точному ніж раніше відображенню структури та функцій системи, а також потоків інформації та матеріальних об'єктів, що перетворюються цими функціями. Уточнено визначення інформаційної сфери. Отримана функціональна модель виготовлення та поширення інформаційної продукції.

Ключові слова: інформаційна продукція, інформаційна сфера, методологія функціонального моделювання.

А. В. МЕЛЬНИКОВ,

к. т. н., докторант НИФИ ГУНУ «Академія фінансового управління»

Функциональная модель производства и распространения информационной продукции

Разработана комплексная функциональная модель процесса изготовления и распространения информационной продукции, что должно помочь повысить эффективность этого процесса благодаря более точному чем раньше отражению структуры и функций системы, а также потоков информации и материальных объектов, которые преобразуются этими функциями. Уточнено определение информационной сферы. Получена функциональная модель производства и распространения информационной продукции.

Ключевые слова: информационная продукция, информационная сфера, методология функционального моделирования.

Functional model of production and distribution of information products

A complex functional model of the process of manufacturing and distribution of information products has been developed, which should help to increase the efficiency of this process due to a more accurate reflection of the structure and functions of the system, as well as information flows and material objects that are transformed by these functions. Clarified definition of information sphere. The obtained functional model of production and distribution of information products.

Keywords: *information products, information sphere, methodology of functional modeling.*

Постановка проблеми. Виготовлення та поширення інформаційної продукції — сукупність підпроцесів, що виконують у визначеному порядку для перетворення вхідних інформаційних, енергетичних і фінансових потоків у вихідні з іншими властивостями. Інформаційну сферу слід розглядати як економічну систему, що охоплює: створення твору (інформації); інформаційно-аналітична діяльність; виготовлення (надання інформаційних послуг) і поширення інформаційної продукції.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженням інформаційної сфери займалися такі вітчизняні та закордонні науковці як І. Арістова, О. Баранов, А. Бріггз і П. Коблі, Ю. Бурило, В. Горовий, М. Кастельс, В. Конах, Я. Котляревський, М. Маклюен, Ф. Махлуп, О. Онищенко, Е. Семенюк, А. Урсул, А. Штангрет, О. Чубукова та ін. Зазначені вчені не ставили перед собою завдання розроблення функціональної моделі процесу виготовлення та поширення інформаційної продукції, що мало би спростити процес регулювання інформаційної сфери. Детальніше бібліографію з цього питання можна побачити в статті автора цього матеріалу [1, С. 42–44].

Метою даної статті є розроблення функціональної моделі процесу виготовлення та поширення інформаційної продукції для вдосконалення функціонування і підвищення ефективності такої системи.

Виклад основного матеріалу. Телекомунікаційні й інформаційні технології є основою сучасної інформаційної сфери. Їх активне використання в усіх сферах суспільного життя сприяє економічному зростанню не лише в процесі формування та використання великих масивів інформації та знань, але й перетворюються на обов'язковий елемент будь-яких сучасних технологій, у т. ч. в аграрному чи промисловому виробництві, чим сприяють істотним соціально-економічним перетворенням.

Інформаційна продукція — матеріалізований результат інформаційної діяльності, призначений для задоволення потреб суб'єктів інформаційних відносин [2].

З урахуванням вищевказаного означення нами розроблено класифікацію інформаційної продукції (табл. 1).

Говорячи про виробництво і поширення інформаційної продукції автором вже давалося визначення інформаційної сфери [1, С. 41]. Виходячи з потреб управління національним господарством автором із застосуванням методології функціонального моделювання IDEFO [4] побудовано функціональну модель виготовлення та поширення інформаційної продукції, що дозволило уточнити, що охоплює інформаційна сфера, як організаційно-економічна система.

Кожен блок на діаграмах IDEFO (рис. 1 і 2) перетворює входи у виходи під дією керування за допомогою механізмів. У даному випадку блоки можуть перетворювати лише матеріальні об'єкти та потоки, що вони утворюють. Інформацію, що використовується в процесі виготовлення та поширення інформаційної продукції поділяють на три групи: обмежувальну, описову та керівну. Систему, модель якої розробляється, позначено блоком А–О (рис. 1), а входи, виходи, керування та механізми — приєднаними до блока стрілками й кодами ICOM, де I (Input) — Вхід, C (Control) — Контроль, O (Output) — Вихід, M (Mechanism) — Механізм.

Розроблена комплексна функціональна модель процесу виготовлення та поширення інформаційної продукції (рис. 2) має допомогти підвищити ефективність цього процесу завдяки більш точному ніж раніше [1] відображенню структури та функцій системи, а також потоків інформації та матеріальних об'єктів, що перетворюються цими

Таблиця 1. Класифікація інформаційної продукції

Класифікаційна ознака продукції	Вид інформаційної продукції
M ₁ — класифікаційні ознаки, що відносяться до інформаційно-комунікаційних технологій	
C ₁₁ — технічний засіб (пристрій для) взаємодії	T ₁₁₁ — створена для конкретної апаратно-програмної платформи (англ; mobile ecosystem); T ₁₁₂ — створена для використання на декількох апаратно-програмних платформах, зокрема, інших персональних пристроях (крос-платформне, англ; cross-platform)
C ₁₂ — спосіб взаємодії користувача	T ₁₂₁ — детермінована (крім переходу за активними гіпертекстовими зв'язками (посилання, англ; hypertext links) до інших інформаційних ресурсів); T ₁₂₂ — недетерміноване (інтерактивне, діалогова система)
C ₁₃ — формат	T ₁₃₁ — PDF (Portable Document Format); T ₁₃₂ — EPUB (Electronic PUBLication) або FB2 (Fiction Book 2) — лише для текстових інформаційних ресурсів з малою кількістю образотворчого матеріалу; T ₁₃₃ — інформаційний ресурс у комп'ютерній мережі (веб-сайт, англ; web site), прикладна програма, що виконують на сервері (веб прикладна програма, англ; web app); T ₁₃₄ — власна прикладна програма (англ; native app); T ₁₃₅ — гібридна прикладна програма (англ; hybrid app)
C ₁₄ — необхідність у підключенні до комп'ютерної мережі для функціонування	T ₁₄₁ — потрібне постійне підключення (онлайн-версія, англ; online); T ₁₄₂ — не потрібне постійне підключення (офлайн-версія, англ; offline); T ₁₄₃ — комбіноване (підключення потрібне для поновлення)
C ₁₅ — наявність захисту від копіювання	T ₁₅₁ — захищене; T ₁₅₂ — незахищене
C ₁₆ — пристрої введення даних	T ₁₆₁ — відеокамера, мікрофон; T ₁₆₂ — пристрій відображення інформації, що реагує на тактильну взаємодію (сенсорний дисплей, англ; touch display), а саме: дотик до нього пальцем (ями) і (або) пером; T ₁₆₃ — механічні і (або) сенсорні кнопки
C ₁₇ — носій інформації	T ₁₇₁ — магазин прикладних програм розробника мобільної апаратно-програмної платформи, розміщений на сервері (вузол обслуговування комп'ютерної мережі, англ; server); T ₁₇₂ — магазин прикладних програм третіх сторін, розміщений на сервері; T ₁₇₃ — довідково-інформаційний фонд інформаційних продуктів виробника, розміщений на сервері
C ₁₈ — доступ користувачів з фізичними обмеженнями	T ₁₈₁ — доступ забезпечують на рівні апаратно-програмного забезпечення персональних пристроїв; T ₁₈₂ — доступ забезпечують у результаті проектування інформаційної продукції
M ₂ — класифікаційні ознаки, що відносяться до засобів масової інформації	
C ₂₁ — наявність фізичного еквівалента	T ₂₁₁ — повний інформаційний аналог аудіовізуального (друкованого) видання; T ₂₁₂ — частковий інформаційний аналог аудіовізуального (друкованого) видання; T ₂₁₃ — самостійне
C ₂₂ — природа основної інформації	T ₂₂₁ — текстова; T ₂₂₂ — образотворча; T ₂₂₃ — образотворча (зокрема, відео, звук і (або) анімація); T ₂₂₄ — звукова; T ₂₂₅ — програмний продукт; T ₂₂₆ — мультимедійне
C ₂₃ — цільове призначення	T ₂₃₁ — ігрове кіно; T ₂₃₂ — документальне (неігрове) кіно; T ₂₃₃ — класична музика; T ₂₃₄ — сучасна музика; T ₂₃₅ — книжкове; T ₂₃₆ — журнальне, газетне; T ₂₃₇ — рекламне; T ₂₃₈ — з віковими обмеженнями
C ₂₄ — структура (періодичність)	T ₂₄₁ — з однієї частини (неперіодичне); T ₂₄₂ — багаточастинне (продовжуване, періодичне); T ₂₄₃ — поновлюване (серійне)
C ₂₅ — обмеження поширення	T ₂₅₁ — для місцевого поширення (локалізація, англ; localization); T ₂₅₂ — актуальне, зокрема, для іноземних читачів
C ₂₆ — кількість переглядів (прослуховувань) — наявність однакових примірників	T ₂₆₁ — кількість копій, обмежена даними розрізнення (ідентифікації, англ; identification), розпізнавання (автентифікації, англ; authentication) і визначення повноважень (авторизації, англ; authorization) користувачів інформаційного продукту; T ₂₆₂ — кількість копій не обмежена
C ₂₇ — просування на ринок	T ₂₇₁ — соціальні мережі (англ; social networks); T ₂₇₂ — пошук за ключовими словами; T ₂₇₃ — безкоштовні демонстраційні версії (англ; demo version); T ₂₇₄ — професійні рекламні сервіси
C ₂₈ — модель отримання доходу видавцем	T ₂₈₁ — гонорар за кожен попередньо завантажену на персональний пристрій копію; T ₂₈₂ — розповсюдження виключно через магазин прикладних програм, розміщений на сервері; T ₂₈₃ — купівля користувачем додаткового інформаційного наповнення або функціоналу інформаційного продукту; T ₂₈₄ — оновлення до преміальної версії інформаційного продукту; T ₂₈₅ — оплата за завантаження інформаційного продукту; T ₂₈₆ — підписка на інформаційний продукт; T ₂₈₇ — реклама в інформаційному продукті

Джерело: Складено автором на основі [3].



Рисунок 1. Контекстна діаграма моделі виготовлення та поширення інформаційної продукції

Джерело: Складено автором

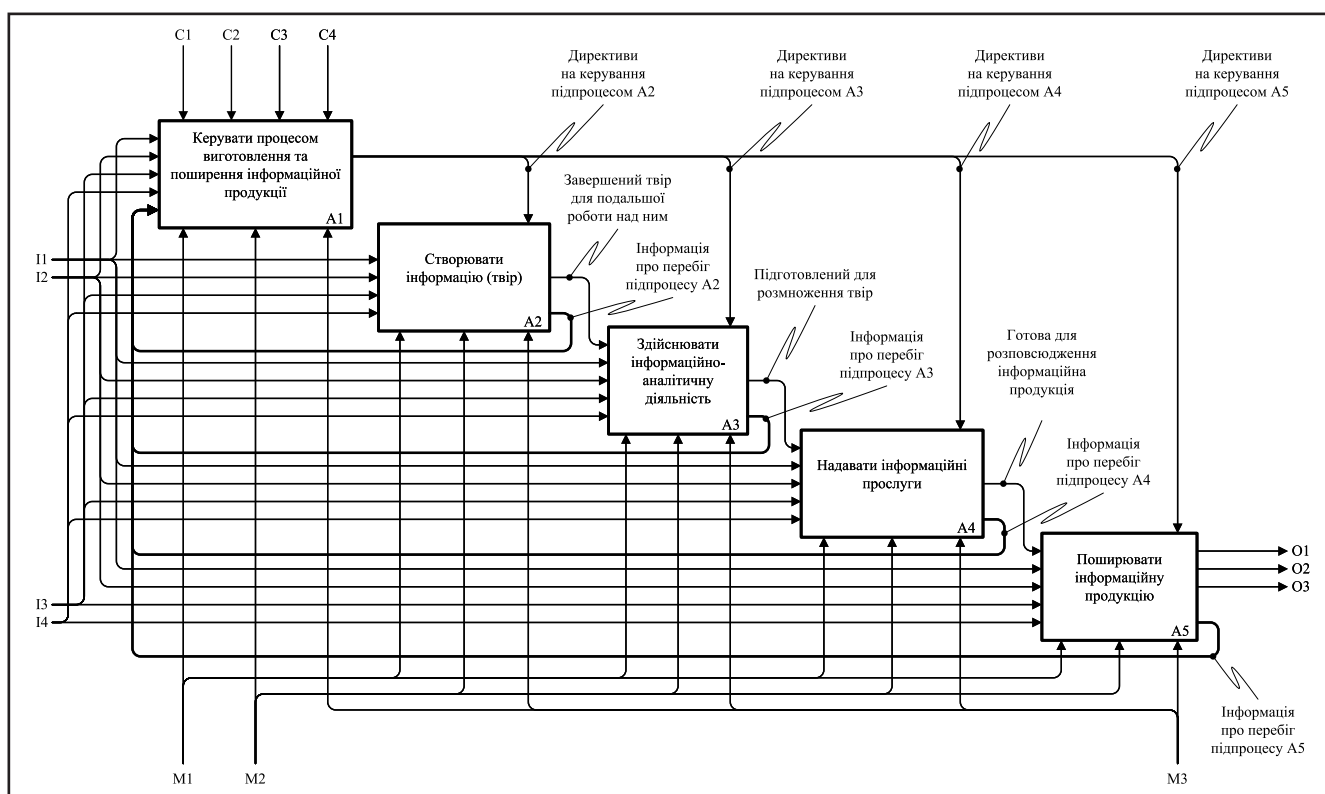


Рисунок 2. Функціональна модель виготовлення та поширення інформаційної продукції

Джерело: Складено автором

функціями [4]. Бачимо, що інформаційна сфера — створення твору (інформації); інформаційно-аналітична діяльність; виготовлення (надання інформаційних послуг) і поширення інформаційної

продукції. Це галузь національного виробництва, в якій на приблизно 15 тис. підприємствах працює порядку 200 тис. працівників (динаміку зміни цих показників бачимо в (табл. 2).

Таблиця 2. Показники, які характеризують тенденції розвитку інформаційної сфери України

Показники	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
к-ть підприємств, од.	12935	14003	15324	16862	17205	18257	17456
к-ть зайнятих працівників, тис. осіб	297,9	309,8	307,0	333,3	325,8	329,9	313,4
Показники	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
к-ть підприємств, од.	18458	15081	16142	15119	16863	15129	14270
к-ть зайнятих працівників, тис. осіб	282,0	254,5	253,8	243,0	243,8	216,1	185,4

Джерело: [5]

Висновки

У результаті проведеного дослідження на основі методології IDEFO, розроблено комплексну функціональну модель процесу виготовлення та поширення інформаційної продукції. Засоби IDEFO дозволяють запобігти прив'язці функцій досліджуваної системи до існуючої організаційної структури модельованого об'єкту. Це допомагає запобігти суб'єктивному погляду, що обумовлений існуючою системою регулювання національним господарством, тобто розроблена модель має допомогти підвищити ефективність цього процесу.

Список використаних джерел

1. Мельников О. В. Сутність та ключові параметри формування інформаційної сфери України / О. В. Мельников // Формування ринкових відносин в Україні. — 2016. — № 10 (185). — С. 39–44.

2. Закон України «Про інформацію» від 02.10.1992 р. № 2657–XII (ост. зміни 01.01.2017 р.) [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2657-12> (дата звернення 23.08.2017 р.)

3. Ратушняк Ю. В. Класифікація електронних видань для планшетних комп'ютерів / Ю. В. Ратушняк // Наукові зап. [Укр. акад. друккарства]. — 2012. — № 4 (41). — С. 165–177.

4. Integration Definition for Function Modeling (IDEFO) [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.idef.com/wp-content/uploads/2016/02/idefO.pdf (дата звернення 23.08.2017 р.)

5. Концептуальні засади забезпечення сталого розвитку інформаційної сфери України / [Я. В. Котляревський, О. В. Мельников, А. М. Штангрет та ін.]. — К. : Центр учбової літератури, 2016. — С. 148–149.

УДК 658 +69.003

Д.А. РИЖАКОВ,

к.е.н., доцент кафедри економіки та менеджменту ВСП «Інститут інноваційної освіти» Київського національного університету будівництва і архітектури

Модернізація розрахунково-аналітичного підґрунтя функціонально-економічної діагностики діяльності будівельних підприємств

В статті вирішено актуальну науково-прикладну задачу започаткування, створення та впровадження інструментарію функціонально-економічної діагностики інвестиційного будівельного проекту, який презентується і досліджується як мобільна організація (підприємство) специфічного типу. В якості першої складової запровадженої автором методико-аналітичної системи функціонально-економічної діагностики інвестиційно-будівельного проекту (ІБП) розроблено модель «Будівельний проект – мобільне підприємство» (БП-МП). На основі модернізації змісту операційної системи ІБП модель пропонує формування організаційних структур управління (ОСУ) ІБП у форматі мобільного підприємства здійснювати на базі інтеграції «конструктивів ОСУ ІБП» – фрагментів ОСУ мобільного підприємства на різних рівнях. Основу керуючого ядра створюваної ОСУ МП ІБП складає проектний офіс, що координує діяльність аналітичних груп на середньому рівні ОСУ та матрично-упорядкованими підрозділами на нижньому рівні реалізації ІБП.

Ключові слова: інвестиційно-будівельний проект (ІБП), мобільна будівельна організація (МБО), функціонально-економічна діагностика (ФЕД), операційна система, «конструктив» організаційної структури управління ІБП.